ATF 145 IV 233 | TF, 27.07.19, 6B_1284/2018*

La publicité portant sur l’octroi d’un leasing peut contenir uniquement le taux d’intérêt. L’OIP n’impose pas d’indiquer également les mensualités, la durée du contrat, le prix au comptant, le taux d’intérêt annuel effectif, le kilométrage annuel maximal, le montant de la caution et si l’assurance casco était exigée.

Faits

Une affiche dans une gare zurichoise montre plusieurs voitures d’occasion et fait la promotion d’un leasing avec la teneur suivante : « 0.9% LEASING PLUS (inclus : +service et usure +pneus +véhicule de remplacement +assurance) ». À cause d’une police trop petite, il n’était pas possible de lire et donc de connaître les mensualités, la durée du contrat, le prix au comptant, le taux d’intérêt annuel effectif, le kilométrage annuel maximal, le montant de la caution et si une assurance casco était exigée.

L’associé de la société est condamné en première instance pour violation des règles de l’OIP (Ordonnance sur l’indication des prix). Le tribunal cantonal de Zurich l’acquitte en estimant que l’expression « 0.9% LEASING PLUS » n’est pas une indication de prix soumise à l’OIP.

Sur recours du Ministère public, le Tribunal fédéral doit clarifier les exigences de l’OIP en lien avec une offre de leasing.

Droit

Aux termes de l’art. 14 al. 1 OIP, lorsque, dans la publicité, des prix sont mentionnés ou des échelons de prix ou des limites de prix sont donnés en chiffres, il y a lieu d’indiquer les prix à payer effectivement. Cette ordonnance ne s’applique qu’en présence d’une indication de prix. L’OIP ne contient aucune définition du prix. En interprétant la loi de manière systématique, le Tribunal fédéral retient que le prix se définit comme la somme à payer lors de l’achat d’une marchandise. Pour les contrats analogues à une vente, comme le leasing (art. 2 al. 1 lit. b OIP), il faut se référer aux prestations caractéristiques. S’agissant d’un contrat de leasing, celui-ci permet d’utiliser un objet pendant une durée définie contre un intérêt. Ce dernier varie en fonction de plusieurs critères, comme le prix d’acquisition de

l’objet, le taux d’intérêt et la valeur résiduelle.

Pour le Tribunal fédéral, le taux d’intérêt ne constitue donc pas un prix, mais uniquement un des paramètres pour fixer la contreprestation du preneur de leasing. Le consommateur sait ainsi que le prix d’un leasing dépend de plusieurs paramètres et qu’il ne peut pas simplement se baser sur le taux d’intérêt pour comparer les prestations de plusieurs concurrents. Dès lors, l’OIP ne s’applique pas pour la publicité litigieuse qui ne contient aucune indication de prix.

Le fait que le SECO retient dans sa brochure « Indication des prix des véhicules automobiles » qu’une publicité relative à un leasing doit contenir les mensualités, la durée du contrat, le prix au comptant, le taux d’intérêt annuel effectif, le kilométrage annuel maximal, le montant de la caution et si une assurance casco est exigée ne lie pas le Tribunal fédéral.

Celui-ci retient ainsi que la publicité en cause était conforme au droit et rejette le recours du Ministère public.

Note

Étant donné qu’il n’existait aucune plainte pénale qui dénonçait des faits susceptibles d’engendrer la violation des art. 3 lit. k-n LCD, le Tribunal fédéral n’a pas examiné la violation de ces dispositions.

Proposition de citation : Julien Francey, Le contenu d’une publicité relative à un leasing automobile, in: https://lawinside.ch/802/